

金台视线

有读者反映，加盟连锁店遇到虚假宣传、合同欺诈、乱收费用等问题——

警惕加盟店“快招”骗局

本报记者 赵 兵

“全国超500家加盟店，门店存活率超95%”“不收加盟费，全供应链保障”“不是一个人在开店，是整个团队在背后托举”……近年来，一些加盟店招商的宣传语听起来让人颇为心动，不少商户觉得有连锁总店的经验指导和供应保障，有些还是背靠“大品牌”，便以加盟方式参与到这些“快招”（快速招商加盟）中来。然而，在加盟店运营后，一些商户发现事实并非如前期宣传那样，虚假宣传、合同欺诈、乱收费用等问题接连暴露出来。

“快招公司”碰瓷大品牌，夸大公司实力和盈利能力，诱骗商户加盟

如今，不少商业品牌以加盟连锁模式进行经营，尤其是在餐饮、零售、酒店、美容美发等领域较为普遍，其品牌共享、统一管理、规模化运营的方式，有效降低了市场交易成本，也降低了加盟商的经营风险。

然而，加盟连锁的优势也成为一些人诱骗商户的筹码，他们以知名品牌为幌子，对公司实力和加盟店盈利能力夸大其词，让商户上当受骗。

今年4月，陕西的平先生在网上偶然看到了一家茶饮品牌的广告，心里萌生了自己创业当老板的想法，于是向品牌方打去电话咨询。经过对方一番介绍，平先生决定动身前往该品牌总部现场考察。

平先生来到总部后，对方先是向他介绍了品牌的实力。“我们是著名国资奶业品牌旗下的子品牌”“全国门店数量有200多家”“我们的选品有保障，毛利率可以达到60%”……在这样的宣传攻势下，平先生很快下了决心。

但在签完合同、交了4.9万元的加盟费后，平先生才隐隐觉得有些不对劲。合同上有些地方含糊其词，如“制作大礼包”，该品牌工作人员告诉平先生其中包含制作奶茶必备的原材料、机器，还送几十斤牛奶。结果到手只有机器，原材料需再花2万余元从总部购买。

“我后来就开始查这家茶饮和国资奶业品牌的关系，发现根本不是旗下子品牌，只是前者从后者购买原料而已。我也查了门店，根本没有200多家，只有34家。”平先生说，原来之前都是虚假宣传，但自己投资15万元的门店已经开业了，经营效果远不如预期。

还有的“快招公司”直接冒充知名品牌或者打着知名餐饮品牌特许经营加盟的幌子来引流。

2025年9月，河北的伍女士试图通过微信公众号的渠道咨询加盟一家知名茶饮品牌，过程中不慎泄露了手机号。很快便有自称是该知名茶饮品牌的工作人员打来电话，告诉她该茶饮品牌已经处于市场饱和和状态，转而介绍了另一品牌，称其为该茶饮品牌旗下的子品牌。

看到对方的朋友圈都是该知名茶饮品

牌相关的招商，也有自己的工号，伍女士相信了这名工作人员。该工作人员对伍女士表示，其推荐的子品牌不仅是该茶饮企业的主推品牌，有着相同的供应链，且作为新中式茶饮，前景广阔，能做到“一年开千家”，半年可回本。品牌方还不断催促伍女士，如果当天不签约就无法成为代理。

以为有大品牌背书的伍女士很快完成了签约。等到开业后面临诸多经营问题，伍女士想要寻求品牌的帮助，却发现工作人员时不时失联，时间上还一拖再拖。再后来，她发现自己加盟的品牌与最初想加盟的知名茶饮品牌并无关系，再三质问下，“快招公司”却辩称第三方工作人员做的承诺与品牌无关。

虚假“承诺”无法兑现，让商户深陷“加盟陷阱”难以继

一些商家认为，加盟连锁之所以能够受到市场青睐，正是得益于其稳定的供应链、可复制推广的经验以及品牌承诺的信誉保障，然而，当这些都成为宣传话术，无法兑现时，就成了一些“快招公司”进行欺诈、“割韭菜”的工具。

河南的刘先生看到近年来零食集合店凭借品类丰富、单价低廉的优势掀起一股加盟热潮，自己也萌生了开店的想法，可这类知名品牌不仅加盟费用不菲，对加盟商的资质审核也极为严格。在多方咨询后，一家零食集合店品牌主动找到了刘先生，向他发出邀请。

对方宣称，其品牌同样具备货品全、价格低的优势，综合利润率可达40%至45%。面对诱人的承诺，刘先生最终决定加盟。但门店开业后，当他试图以宣传中的低价进行订货时，品牌方却以“限购”“货不全”等理由屡屡设限。例如，单价2.8元的低价冰红茶每次限购5瓶，0.6元的矿泉水每次仅限10瓶。如此一来，所谓的低成本优势根本无法兑现，盈利更无从谈起。

更令刘先生困扰的是，品牌方还在多个环节强制收取费用。签约时承诺6.5万元的收银系统“终身免费使用”，后续却以维修费、升级费等名目不断加码，刘先生又支付了10余万元。沉重负担之下，刘先生的店铺仅营业半年便因生意惨淡而被迫关门。

今年7月，刘先生在短视频平台上发现，有不少网友也自称被该品牌欺骗，他这才意识到自己并非个例，而是一场骗局。

加盟连锁，从法律角度来说，就是商业特许经营，是指拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术等经营资源的企业，以合同形式将其拥有的经营资源许可其他经营者使用，被特许人在统一的经营模式下开展经营并支付费用的经营活动。

然而，在市场行为中，有的“快招公司”根本不具备特许经营资质，通过虚假宣传、规避加盟责任等手段，在极短时间内大量招

募加盟商，收取高额加盟费后提供低质量或根本无法持续运营的加盟服务。

山东的黄先生在短视频平台上看到，一家餐饮企业通过邀约明星、“网红”站台，以加盟费返还、门店保底营收、一站式运营扶持等广告引导创业者加盟。被广告打动的黄先生缴纳了1.68万元加盟费和9000元代理费，可广告宣传中的门店运营、技术帮扶、选址指导全都没有兑现，还被强制购买远高于市场价格的原材料。

察觉到可能是“加盟陷阱”的黄先生经过深入调查发现，这家公司不具备《商业特许经营管理条例》要求的“两店一年”（拥有至少2个直营店且经营时间均超过1年）资质，也未曾在商务主管部门进行特许经营备案，根本不具备加盟招商的条件，其盈利核心并非实体门店经营，而是靠收取高额加盟费，后续强制加盟商采购高溢价原材料牟利。

“这家‘快招公司’有很多套路，比如规避特许经营的字眼，不签署加盟协议，而用服务协议、咨询协议来代替，签约主体和收款账户分属两家企业，注册十几家空壳公司，一旦遭遇投诉或者起诉，就更换公司名称和品牌名称，继续进行‘快招’诈骗。”黄先生说，他联系了10余名受害者，全都经历了这家公司完全相同的套路，已经向有关部门提交了相关材料。

值得注意的是，还有读者反映，有的“快招公司”鼓动加盟商发展下线返利，涉嫌传销骗局。

李女士在2024年加盟了一家健康管理品牌。该品牌主打的瘦身产品“果蔬饮”每单位售价158元，宣传有调节肠道、美容养颜等9种功效。但顾客反映效果不明显，李女士亲自去源头工厂考察，发现该“果蔬饮”成本仅2元，没有任何有效成分。之后，李女士发现该品牌推出了“拉人头”返利的模式：邀请1个加盟商可以获得6000元返利，邀请3个加盟商可以成为合伙人，再拿到一笔4000元的奖金。同时还用“听话照做拿结果”等洗脑式话术，哄骗新的加盟商。目前，李女士已经向市场监管部门提交了举报材料。

严厉打击特许经营领域不法行为，规范市场秩序保障加盟商权益

随着加盟连锁模式的发展，“快招”骗局所带来的纠纷日益增多。由于此类案件跨区域分布、涉案链条分散、资产转移隐蔽，增加了侦办难度，追赃挽损进度缓慢，受害者维权困难。

今年8月，最高人民法院发布了7起商业特许经营典型案例，旨在发挥典型案例的示范引领作用，引导和规范经营主体诚信合规经营，促进特许经营健康有序发展。

在这些案例中，有的“快招公司”为规避《商业特许经营管理条例》的约束，将特许经营合同拆分为多份合同或包装为其他类型

合同，规避法律责任；有的是个体工商户而非企业主体，不具备特许人法定资格，属于无资质主体违规开展加盟活动；还有的存在传销、诈骗、违规营销等违法行为，诱骗商户签订加盟合同、骗取加盟费。

对此，北京市兰台律师事务所律师崔西彬认为，最高法院发布的典型案例有助于提高对违法行为的准确识别度，明确此类行为应适用的法律，厘清各方的权利义务。“一方面，通过穿透合同外在形式，准确认定特许经营法律关系，为特许经营合同性质的认定提供了明确指引。另一方面，在特许经营活动中，特许人与被特许人信息不对称，签约能力不对等，被特许人处于相对弱势地位，容易发生权利义务失衡。”崔西彬说，法院的案例进一步明确依法保障被特许人合法权益，还有助于督促特许人全面履行法定义务，对“套路加盟”行为进行有效规制。

与此同时，有地方检察机关在办理案件时，总结了“快招”骗局的几大特点。

比如，“快招”骗局的案发地多集中在经济发达地区，这里消费市场更活跃，投资环境更成熟，加盟总部设立在此更容易获取被害人信任。加盟某些知名品牌所需加盟费较高，而“快招”加盟费较低，导致受害者普遍为中小投资者。

再比如，“快招公司”呈现专业化、集团化特质，其规模庞大，员工众多，其内部广告投放、电销、线下培训、物料供应等团队分工明确，显得“成熟规范”。还有，作案手段虚实结合，或多或少提供了培训、选址、宣传、物料等服务，但并未提供实质性的加盟经营指导、技术支持和业务培训等服务。

如何进一步加强监管，规范加盟连锁市场秩序？北京外国语大学法学院副院长方万建议加强信息披露，通过建立全国统一的特许经营信息公示平台，对备案情况、直营店数量、经营年限、历史闭店率、行政处罚记录、重大诉讼情况等实行动态公开。

加大对“快招公司”的惩处力度。“‘快招公司’最大的特点就是打一枪换一个地方，一家公司注销，再成立另一家公司继续招商。建议提高罚款幅度，并建立按违法所得或者违法经营规模计算罚款的机制，对重复违法、跨区域连续招商等情形实行从重处罚。”万方说。

“还可建立行业禁入和信用惩戒制度。对于严重违法的经营主体，依法限制其一定期限内再次从事特许经营活动；对于直接负责的法定代表人、实际控制人、主要负责人，可以探索建立相应的从业限制机制，防止通过更换企业名称、设立关联公司等方式反复实施‘快招’诈骗。”万方说。

此外，崔西彬提醒，商户在加盟前应当提高防范意识，仔细核验对方营业执照、商标注册证、授权书等资质证明材料；对“低投入高回报”“快速回本”等诱人承诺保持警惕，避免不切实际的期望；实地考察多家门店，注意区分“样板店”与普通加盟店；对合同条款尤其是物料采购、退费条件等仔细审查；遇可疑情况应及时向相关部门咨询或举报。

（李清悦参与采写）

身边事

辽宁大连市金州区——

排水沟盖板断裂影响环境卫生和安全

我们是辽宁大连市金州区解放路花园小区居民。小区20号楼西侧，此前是一片旧房和市场，后来进行了拆除。但拆除后，地下污水排水沟的水泥盖板被压塌了，导致污水沟裸露在外（见下图）。现场臭气弥漫，蚊虫滋生，导致周边居民无法正常开窗通风，严重干扰日常生活。同时沟体无遮盖、无防护，存在较大安全隐患。还有一些建筑垃圾堆积在此处，无人清理。请有关部门关注该问题，尽快对排水沟盖板进行封闭，并清运建筑垃圾。

人民网“领导留言板”网友



建议

劳保用品需要定期“体检”

前不久，我们单位一名员工进行电路检查时发现，绝缘手套上出现裂纹，绝缘性能受到影响，就上报给了项目部。项目部随即成立专项检查小组，对职工穿戴的劳保用品进行全面检查，并规定这样的“体检”每季度开展一次，及时消除隐患。

日常安全检查中，人们往往只盯着装置设备、现场安全和员工操作，容易忽略劳保用品。其实，安全帽是否超期、下颌带能否系紧，绝缘手套有无破损……这些细节直接关系到作业安全。劳保用品一旦失效，等于把职工暴露在危险中。

建议企业把劳保用品检查纳入安全检查范围，明确检查周期和责任人，重点查看外观破损、功能失效、保质期等，及时更换不合格用品。职工也要养成上岗前自查的习惯，发现破损、过期等问题及时上报，不冒险使用。

山东临邑县 刘焕荣

医院病房被褥应及时更换消毒

前一段时间，我陪家人到几家医院就医，发现这几家医院住院病房被褥存在污渍明显、异味刺鼻、潮湿发硬等问题，部分被褥看起来已十分破旧，似是多年未更换。一些耐药细菌可在织物中存活数周，有的还会随扬尘被吸入致肺部感染。

建议进一步明确住院被褥“一患一换、一用一消”的原则，做好患者被褥定期消毒更换工作；进一步强化检查，将被褥清洁纳入医院等级评审、专项检查必查项；对超过一定年限或出现污渍无法洗净、破旧等问题的被褥，及时进行更换；公示被褥管理规范，鼓励患者监督，院方积极回应处理投诉。总之，病床洁净不仅涉及健康安全，也象征着对患者的爱护与尊重。

山西原平市 张润礼

严管共享服务押金退款乱象

近来，我在使用中发现部分共享充电宝、智能寄存柜等小程序服务，在用户结束使用后存在押金“退而不返”“退而变额”“退而失联”等乱象。比如，某品牌充电宝小程序显示“退款申请已受理”，但实际72小时内未到账，系统却自动将款项转为“平台余额”，且无明确提示与取消选项；另一寄存柜平台以“技术升级”为由，将超期未退押金单方面转入合作方户变更为消费费，用户需完成复杂兑换流程方可使用。

细究问题症结在于，一方面，虽然有关法规明确了“押金应依法退还”，但未明确“原路、即时、可验证”的执行标准；另一方面，单笔押金多为数十元的小金额，而消费者投诉、举证、诉讼耗时动辄数周，形成“小额侵权、集体沉默”的治理困局。建议由市场监管部门牵头，多部门联合出台共享服务押金管理实施细则，强制要求所有含押金功能的小程序必须按照押金退款细则执行，明确退款时限、退款路径等。同时，畅通监督举报渠道，对群众反映集中的押金退款问题商户，及时介入纠治。定期通报曝光押金不退存在严重问题的商家，提醒消费者注意的同时，倒逼商家做好押金退款服务。

人民网“领导留言板”网友

征集

人民日报“读者来信”版与人民网“领导留言板”联合开展群众急难愁盼问题征集，欢迎读者提供问题线索和建议。

邮 箱：rmbdzlx@126.com

移动端：人民日报客户端“曝光台”

人民网“领导留言板”客户端

百姓关注

工业机械臂进景区，有风险

本报记者 高嵘峥

近年来，一些景区为了吸引游人，引入工业机械臂载人游玩、载人表演和旅拍等。不少游客体验后表示刺激、好玩，但也有人提出疑问，这种机械臂安全吗？

北京游客李女士日前带上小学的孩子到河北旅游，体验了某景区的机械臂载人游玩项目。李女士所去的景区官网上介绍，这台名为“超级机器人”的设施，由工业机械手臂改造而来。机械臂原本像手一样的末端执行器被改成座椅，供游客乘坐体验近水旋转。“一只大手抓着你空中盘旋，体验水上过山车般的刺激惊险，前所未有的刺激与震撼……”景区官网这样描述。

在贵州某景区，机械臂的末端被挂上摄像头变成旅拍机器人，给游客拍摄“电影级大片”。从多名游客在社交平台上发布的视频中可以看到，旅拍机器人与被拍摄游客间无任何物理阻隔，机械臂不仅左右运动，还会迅速朝向游客方向运动，以更好地“出片”。

还有的景区将机械臂用来载人表演，演员通常身着宽松古装演出服，或站或挂在机

械臂末端，随着机械臂运动时而被举向高空，时而又被翻转吊挂于半空。

“将工业机械臂改造用于景区载人游玩、载人表演、旅拍等场景，存在显著安全隐患。”复旦大学智能机器人研究院研究员齐立哲长期从事机器人研究，他认为，上述景区的机械臂均为传统工业机械臂，其原始设计面向工业作业，而工业使用规范要求必须设置隔离防护装置，禁止在无防护条件下与人直接接触。

齐立哲说，载人游玩机械臂存在硬件结构失效、运动姿态过载等风险。这些机械臂均配备6个运动关节，可在工作空间内任意调整乘员姿态，“如果运动加速度、姿态变化超出人体生理耐受极限，易造成人体损伤”。

“在载人表演场景中，由于表演工况下人机动作高度耦合，机械臂轨迹、速度为预设程序，一旦出现程序时序异常，轨迹偏差或者人的动作不能很好跟随机械臂动作，易对乘员造成伤害。”齐立哲说，而旅拍机械臂的核心风险则在于机械臂如果无动态障碍物感知能

力，游客一旦意外闯入其工作空间，机械臂无法实时识别并主动减速停机，可能直接造成撞击伤人事故。

华侨大学旅游学院副教授罗景峰认为，由于游客对机械臂的风险认知不足、安全意识不强，景区机械臂运行中，未成年人易出现闯入、触碰等突发行为，此外景区在机械臂的日常运维、强制检验检测、风险提示、专项应急预案及现场工作人员专业资质等方面的执行情况也有待商榷。

“这也暴露了标准体系错位的问题。”齐立哲认为，工业机械臂依据工厂隔离作业标准设计，未针对景区开放环境、载人工况和人体安全开展专项校核，无法适配景区游乐场景。

那么，景区中的机械臂属于什么性质，又如何监管？特种设备安全法明确规定，大型游乐设施属于特种设备。罗景峰介绍，根据《大型游乐设施安全技术规程》等规定，大型游乐设施的判定标准为“经营目的、载人、速度≥2m/s或高度≥2m”。

“载人游玩机械臂如果达到速度或高度